

*Käytä isyysvapaasi!*

---

## Isyysvapaakampanja 2002–2003



ISSN 1236-2115

ISBN 952-00-1380-6

Taitto: AT-Julkaisutoimisto Oy

Painosmäärä: 1 200

Paino: Edita Prima Oy, Helsinki 2004



## Tiivistelmä

*Käytä isyysvapaasi! Isyysvapaakampanja 2002–2003. Helsinki 2003. 40 s.  
(Sosiaali- ja terveysministeriön selvityksiä ISSN 1236-2115, 2003:16,  
ISBN 952-00-1380-6 )*

Isyysvapaakampanjalla tiedotettiin sairausvakuutuslain muutoksesta, jolla isät saivat oikeuden pidennettyyn isyysvapaaseen vuoden 2003 alusta. Isyysvapaa jakautuu äitiys- tai vanhempainvapaan aikana pidettävään 18 arkipäivään ja vanhempainvapaan jatkona pidettävään 12 arkipäivän pidennysjaksoon. Pidennysjakson edellytyksenä on, että isät käyttävät vanhempainvapaan kaksi viimeistä viikkoa. Kampanjan tavoitteena oli jakaa tietoa isyysvapaan pidennysjaksosta (12 arkipäivää) ja kannustaa vanhempia jakamaan perhevapaat tasapuolisesti.

Sosiaali- ja terveysministeriö asetti kampanjalle ohjausryhmän, jonka puheenjohtajana oli sosiaalineuvos Martti Lähteinen. Ministeriö irrotti kampanjaa varten 250 tuhatta euroa. Kampanja tehtiin yhteistyössä Kelan, Stakesin, työministeriön ja työmarkkinajärjestöjen kanssa. Kampanja koostui useista eri osista, kuten tiedotustilaisuuksista, seminaareista, lehtiartikkeleista, lehti-ilmoituksista, katumainonnasta ja TV:n tietoisuuksista ja messuihin osallistumisesta.

Vuonna 2003 isyysvapaan pidennysjakson piti 2 105 isää. Verrattuna muihin pohjoismaihin suomalaiset isät käyttivät vähän oikeuttaan isyysvapaaseen. Oikeutta lakimuutoksen sallimaan isyysvapaaseen käyttivät ennen kaikkea keski- ja hyvätuloiset hieman varttuneemmat isät. Tiedotuskampanjan vaikutus näkyy ennen kaikkea asenteiden muuttumisena aikaisempaa myönteisemmäksi isyysvapaille, mikä toivottavasti lisää isien halukkuutta jäädä entistä useammin isyysvapaalle ja muille perhevapaille.

**Avainsanat:** isyys, isyysraha, perhe-etuudet, perhepolitiikka, sairausvakuutus





## Sammandrag

*Använd din pappaledighet! Helsingfors 2003. 40 s. (Social- och hälsovårdsministeriets rapporter ISSN 1236-2115, 2003:16, ISBN 952-00-1380-6 )*

Syftet med faderskapsledighetskampanjen var att informera om att sjukförsäkringslagen har ändrats så att papporna har rätt till förlängd faderskapsledighet från början av år 2003. Faderskapsledigheten består av 18 vardagar som hålls under moderskaps- och föräldraledigheten och av ytterligare 12 vardagar som hålls som en fortsättning på föräldraledigheten. För att pappan skall ha rätt till dessa 12 ytterligare dagar måste han ta ut faderskapsledighet under de 12 sista dagarna av föräldraledigheten. Avsikten var att sprida information om pappornas rätt till dessa 12 extra dagar och att uppmuntra föräldrarna att dela på familjeledigheten.

Social- och hälsovårdsministeriet tillsatte en styrgrupp för kampanjen. Ordförande för styrgruppen var socialrådet Martti Lähteinen. Ministeriet reserverade 250 000 euro för kampanjen. Kampanjen genomfördes tillsammans med Folkpensionsanstalten, Stakes, arbetsministeriet och arbetsmarknadsorganisationerna. Kampanjen bestod av flera olika delar, bl.a. presskonferenser, seminarier, tidningsartiklar, tidningsannonser, gatureklam och informationsinslag i TV samt deltagande i mässor.

Sammanlagt 2 105 pappor utnyttjade möjligheten till förlängd faderskapsledighet under 2003. De finländska papporna tar inte ut faderskapsledighet i lika stor utsträckning som papporna i de övriga nordiska länderna. Möjligheten till den förlängda faderskapsledigheten har främst utnyttjats av något äldre pappor med medelhöga eller höga inkomster. Informationskampanjens verkningar märks främst genom att inställningen till faderskapsledighet har blivit mera positiv, vilket förhoppningsvis ökar pappornas intresse för att allt oftare ta ut faderskapsledighet och annan familjeledighet.

**Nyckelord:** faderskap, faderskapspenning, familjeförmåner, familjepolitik, sjukförsäkring

# Sisällys

Tiivistelmä	3
Sammandrag	5
Johdanto	7
1 Taustaa	9
2 Kampanja ja vaikutuskanavat	10
2.1 Sarjakuvat	10
2.2 Lehtimainokset	14
2.3 Lehtiartikkelit	23
2.4 Internet	23
2.5 Julisteet	23
2.6 Ulkomainonta	25
2.7 Sarjakuvaesite	26
2.8 Kangaskassi	27
2.9 TV-tietoisku	28
2.10 CD-ROM tietopaketti	28
2.11 Lehdistö- ym. tilaisuudet	28
2.12 Messut	29
2.13 Seminaari	32
3 Lopuksi	33
4 Summary	37



## Johdanto

Isyysvapaakampanjan tavoitteena oli tiedottaa isille siitä, että laki muuttui vuoden 2003 alusta, jolloin isien oikeus isyysvapaaseen piteni 12 päivällä. Kampanjassa korostettiin, että isän osallistuminen vauvan arkeen alusta alkaen on tärkeää isän ja lapsen vuorovaikutukselle. Tavoitteena oli lisätä isien osallisuutta perheiden arjessa viestittämällä, että isä on yhtä pätevä ja tärkeä vanhempi kuin äitikin. Isien toivotaan lisäävän vastuunottoa perheestään esimerkiksi pitämällä nykyistä enemmän perhevapaita. Tavoitteena oli jakaa tietoa perhevapaista ja erityisesti isien perhevapaamahdollisuuksista sekä kannustaa perhevapaisten nykyistä tasapuolisempaan jakamiseen vanhempien kesken.

Työelämä on muuttunut ja nämä muutokset vaikuttavat myös siihen, miten lapsiperheiden arki sovitetaan yhteen työelämän vaatimusten kanssa. Suomessa lapsiperheiden isät ja äidit ovat mukana työelämässä useammin kuin miehet ja naiset keskimäärin. Lapsiperheiden vanhemmat tekevät pitkää työviikkoa. Etenkin miehet tekevät pitkiä työpäiviä silloin, kun heidän lapsensa ovat pieniä. Lapsiperheiden vanhempien jaksaminen ja lasten hyvinvointi ovat koko suomalaisen yhteiskunnan yhteinen haaste. Työelämän tahti on kiristynyt ja työsidonnaisuus lisääntynyt. Työ- ja perhe-elämän yhteensovittaminen on iso palapeli, jonka kokoamiseen tarvitaan pienten lasten vanhempia, työmarkkinaosapuolia sekä valtion ja kunnan tukitoimia. Perhevapaakampanjalla tuettiin lapsi- ja perhemyönteisiä asenteita, jotta tämän palapelin kokoaminen onnistuisi nykyistä paremmin.

Sosiaali- ja terveysministeriö asetti kampanjalle ohjausryhmän, jonka puheenjohtajana oli sosiaalineuvos Martti Lähteinen sosiaali- ja terveysministeriöstä. Muut jäsenet olivat sosiaali- ja terveyspoliittinen asiamies Kari Ilmonen STTK:sta, lainsäädäntöneuvos Tarja Kröger työministeriöstä, erikoistutkija Johanna Lammi-Taskula Stakesista, etuuspäällikkö Suvi Onninen Kelasta sekä sosiaali- ja terveysministeriöstä lainsäädäntöneuvos Lauri Pelkonen, tiedottaja Tarja Summa, erikoistutkija Riitta Sääntti ylitarkastaja Tarja Kahiluoto (30.9.2002 asti), neuvotteleva virkamies Olavi Kaukonen (30.9.2002 alkaen) ja projektitiedottaja Reetta Aho (sihteeri).

Ohjausryhmän tehtävänä oli edistää isyys- ja perhevapaista tiedottamista ideoimalla kampanjan toimintamuotoja, linjaamalla tarvittavia toimenpiteitä, tukemalla projektin tiedottajaa ja pitämällä yllä suhteita yhteistyöverkostoihin ym. sidosryhmiin. Ohjausryhmän toimikausi oli 24.6.2002 – 31.3.2003 ja se kokoontui kahdeksan kertaa.

Kampanjaa tehtiin yhteistyössä Kelan, Stakesin, työministeriön ja työmarkkinajärjestöjen kanssa. Kampanjan valmistelut aloitettiin vuoden 2002 alussa. Isyysvapaakampanjan tiedottamisen aktiivinen vaihe kesti toukokuusta 2002 kesäkuuhun 2003. Projektitiedottaja Reetta Aho toimi projektin kokopäivätoimisena tiedottajana tämän ajan. Sosiaali- ja terveysministeriön perhe- ja sosiaaliosasto irrotti kampanjaa varten kaikkiaan 250 tuhatta euroa.

Keskustelua ja jatkuvaa tiedottamista isyysvapaasta tarvitaan edelleen. Tähän julkaisuun on koottu yhteen ensimmäisen isyysvapaakampanjan kokemuksia ja toimintoja. Niiden pohjalta on hyvä arvioida, miten isyysvapaasta tiedottamista voidaan kehittää ja tehostaa tämän hallituskauden aikana.



# 1 Taustaa

Työ- ja perhe-elämän yhteensovittaminen on muodostumassa yhä suuremmaksi vanhemmuuden, lasten kasvun ja sukupuolten välisen tasa-arvon toteutumisen haasteeksi. Suomessa isät käyttävät perhevapaita melko vähän esimerkiksi muihin pohjoismaihin verrattuna. Työelämä asettaa omat reunaehdonsa perhevapaiden käytölle. Pienten lasten vanhemmat, varsinkin isät, tekevät usein keskimääräistä enemmän ylitöitä. Naisten ja miesten välinen tasa-arvo ei ole vielä toteutunut työmarkkinoilla eikä perheessä. Jokaisella isällä ja äidillä on oikeus nähdä lapsensa kasvavan ja yhtä lailla lapsella on oikeus saada myös isän tukea kasvaessaan ja kehittyessään.

Perhevapaita koskevaan lainsäädäntöön tuli vuoden 2003 alusta muutoksia, jotka vahvistivat isien asemaa. Isä voi saada isyysvapaata aikaisemman 18 arkipäivän lisäksi 1–12 arkipäivää lisää, jos isä käyttää vanhempainvapaasta vähintään viimeiset 12 arkipäivää. Vanhempainvapaa on lakimuutoksen myötä mahdollista pitää osittaisena, jos isä ja äiti ovat kumpikin sopineet työnantajiansa kanssa osa-aikatyöstä vanhempainrahakaudella. Osittaisen vanhempainvapaan aikana isä ja äiti hoitavat lasta vuorotellen.

Tätä taustaa vasten isyysvapaista tiedottamisen kampanja ulotti vaikutuksensa toisaalta perheiden tasolle, toisaalta työpaikkojen tasolle ja näiden taustalla koko yhteiskunnan tasolle. Tiedottamisen keinoin haluttiin ennen kaikkea vaikuttaa asenteisiin. Myös perhevapaita koskevan informaation jakaminen oli oleellinen osa kampanjaa.

Kampanjan aikana rakennettiin aktiivisesti yhteyksiä työmarkkinaosapuoliin keskusjärjestö- ja liittotasolla. Työmarkkinajärjestöjen kasvava kiinnostus niin isyyden tukemiseen kuin perheen ja työelämän yhteensovittamisen edistämiseen näkyi isyysvapaakampanjan aikana solmitussa tulopoliittisessa sopimuksessa. Siinä sovittiin yhdeksi erilliseksi työmarkkinoita kehittäväksi hankkeeksi tiedottaminen työnantajille ja työntekijöille työ- ja sosiaalilainsäädännössä olevista työn ja perheen yhteensovittamista edistävistä säännöksistä.

Kampanjan ensisijaisia kohteita olivat isät ja lapsiperheet. Myös työnantajiin ja esimiehiin haluttiin vaikuttaa. Vaikutuskanavina olivat neuvolat, erilaiset järjestöt sekä ammattiliitot. Näiden kohderyhmien huomiota tavoiteltiin myös maksetuilla ilmoituksilla ja mainoksilla. Tiivistä yhteistyötä tehtiin myös eri tiedotusvälineissä työskentelevien toimittajien kanssa.

## 2 Kampanja ja vaikutuskanavat

### 2.1 Sarjakuvat

Sarjakuva valittiin viestintäkeinoksi helpon lähestyttävyyden vuoksi. Ohjausryhmässä emmittiin aluksi jonkin verran sitä, uskalletaanko kampanjaa lähteä toteuttamaan sarjakuvan keinoin. Ohjausryhmä pyysi neljältä sarjakuvapiirtäjältä tarjoukset ja tapasi heidät myös henkilökohtaisesti. Työn edetessä ohjausryhmän jäsenet totesivat, että sarjakuvat tavoittivat juuri niitä nuoria isiä, joita oli tarkoituskin. Etenkin messuilla isien kanssa käytyjen keskustelujen päätteeksi sarjakuva – juliste tai esite – antoi tilaisuuden konkreettiseen pohdintaan asenteista ja arvoista.

Sarjakuvapiirtäjä Pentti Otsamolta tilattiin 12 mustavalkoista sarjakuva-striippiä kampanjan käyttöön. Otsamo ideoi ja piirsi ”Isäkäs”-sarjakuvastripit (ruotsinkielinen versio ”Papsen”), jotka ovat olleet järjestö- ja muiden lehtien käytettävissä. Isäkäs-stripeissä piirtäjä on onnistuneesti tavoittanut lämmintä arkipäivän huumoria. Isäkäs on Pentti Otsamon sarjakuville valitsema nimi. Piirtäjä teki ensin luonnokset ja sai sitten niihin muutaman ohjausryhmän jäsenen kommentit. ”Esikatselulla” turvattiin se, että sarjakuvien välittämä tieto perustui voimassa olevaan lainsäädäntöön.

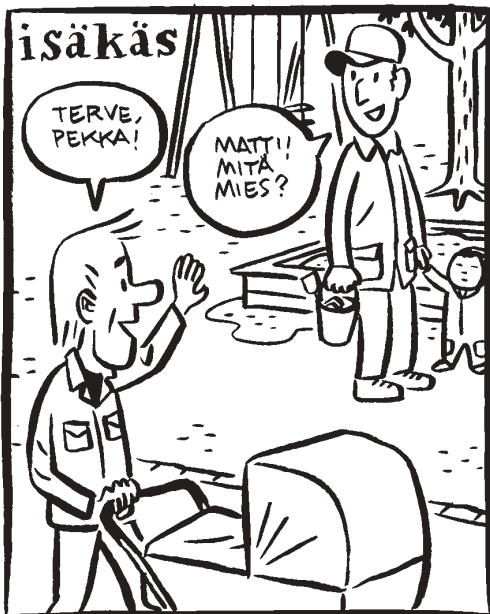
Isäkäs-sarjakuva on ilmestynyt useiden järjestölehtien sivuilla sekä muutamissa muissa tiedotusvälineissä. Lehdet saivat sen maksutta käyttöönsä.

Isäkäs-hahmosta muodostui kuin itsestään kampanjan tunnusmerkki. Se koettiin tutuna ja turvallisenä: monet isät totesivat, että ”toi kuva on just niin kuin meidän perheestä”. Isäkäs oli näkyvästi esillä eri tavoin käytettynä mainoksissa, julisteissa ja kasseissa.





pro





## 2.2 Lehtimainokset

Syys-lokakuussa 2002 oli lehdissä ilmoituskampanja, johon kuului neljä erilaista ilmoitusta seuraavissa lehdissä: Tekniikan Maailma, Talouselämä, Veikkaaja, Ilta-Sanomat, Helsingin Sanomat sekä ruotsinkielinen ilmoitus Hufvudstadsbladetissa ja Vasabladetissa. Lisäksi samasta ilmoitusaineistosta oli yksittäisiä ilmoituksia Turun seudulla ilmestyvässä Aamuset-ilmaisjakelulehdessä ja pääkaupunkiseudulla ilmestyvässä ilmaisjakelulehdessä Kaupunkisanomat. Nämä ilmoitukset toteutti Publicis-Törmä Oy.

Joulukuun puolivälissä oli vuodenvaihteen lakimuutoksiin liittyen Pentti Otsamon kuvittamaan Isäkkääseen pohjautuva ilmoitus 12 Kärkimedia-lehdessä eri puolilla Suomea. Lehdet olivat Aamulehti, Etelä-Saimaa, Helsingin Sanomat, Ilkka, Kaleva, Karjalainen, Keskisuomalainen, Lapin Kansa, Savon Sanomat, Turun Sanomat sekä Hufvudstadsbladet ja Vasabladet.

Edellä mainittujen lakimuutosten tultua voimaan oli loppiaisen tienoilla Isäkäs-ilmoitus Ilta-Sanomissa sekä seuraavissa ilmaisjakelulehdissä: Tampere-lainen, Uutislehti 100, Metro ja Aamuset. Lisäksi yksittäisiä Isäkäs-mainoksia oli alkuvuodesta 2003 Hei-lehdessä, Turun Sanomien Miesten-messuliitteessä ja Kaupunkisanomissa. Kesäkuussa 2003 oli Isäkäs-mainos Oulun Yrittäjäsanomissa. Perhevapaakampanjan tiedottajat toteuttivat tämän lakimuutokseen liittyvän ilmoituskampanjan.



TEE ELÄMÄSI SIOJITUS. KÄYTÄ ISYYSVAPAA.

Osakkeet  
20.08.2002

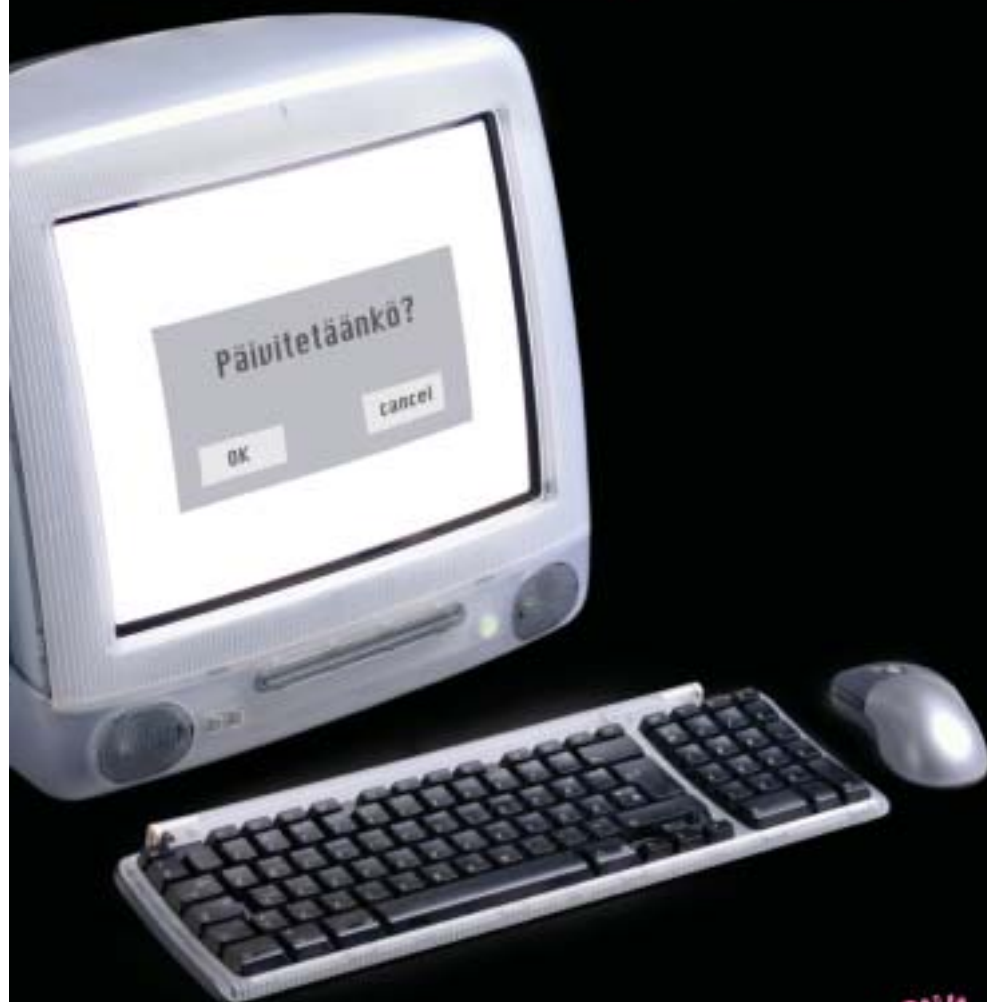
Yhtiö	Hinta 1 osake	Omistajien luku	Yhtiön voitto	Yhtiön tulos
Suomenlinjat	27,85	2	25	72
Julkis Pöytä	13,15	13	4	18
BO-Konsernit	26,00	20	25	24
Kuoli	6,82	11	13	22
Kuoli	11,85	8	25	21
Kuoli	28,75	10	10	151
Kuoli	11,42	1	18	140
Kuoli	2,20	20	4	245
Kuoli	14,40	10	24	2395
Kuoli	21,00	1	30	25
Kuoli	6,51	2	34	152
Kuoli	2,32	25	16	9
Kuoli	13,10	26	8	23
Kuoli	10,85	10	14	12
Kuoli	19,25	1	55	22
Kuoli	4,41	15	61	38
Kuoli	14,15	20	32	22
Kuoli	1,29	2	2	2
Kuoli	0,81	12	0	26
Kuoli	2,16	8	24	24
Kuoli	0,25	8	14	4
Kuoli	1,25	17	42	4
Kuoli	12,46	5	16	2
Kuoli	0,47	25	29	8
Kuoli	11,7	8	16	40
Kuoli	4,10	18	28	
Kuoli	1,20			

Mies, käytä oikeutasi vanhempainvapaaseen. Eikä lapsesi kanssa tässä hetkessä ja osallistu perheesi arkeen. Teet sijoituksen, jonka tuottoa markkinat eivät heilautele. Lapsuus on lyhyt, nauti siitä.

SOSIAALI- JA TERVEYSMINISTERIÖ

WWW.KELA.FI

LAPSESI EI OLE VIRTUAALINEN. KÄYTÄ ISYYSVAPAA.



Mies, käytä oikeuttasi vanhempainvapaaseen. Elä lapsesi kanssa tässä hetkessä ja osallistu perheesi arkeen. Sijoituksesi ei katoa taivaan tuulin seuraavankaan it-kuplan puhjetessa. Lapsuus on lyhyt, nauti siitä.

SOSIAALI- JA TERVEYSMINISTERIÖ

WWW.KELT.FI



ANNA LAPSELLE JÄTTIPOTTI. KÄYTÄ ISYYSVAPAA.



Mies, käytä oikeuttasi vanhempainvapaaseen. Eäi lapsesi kanssa tässä hetkessä ja osallistu perheesi arkeen. Kaiken, minkä panet peliin saat moninkertaisesti takaisin. Lapsuus on lyhyt, nauti siitä.

SOSIAALI- JA TERVEYSMINISTERIÖ



WWW.KELT.FI

# ISÄ 7 VIIKKOA KOTONA!

PARAS UUTINEN LAPSELLESI.  
KÄYTÄ ISYYSVAPAA.

Mies, kerro perheellesi vuoden paras uutinen: käytä oikeuttasi vanhempainvapaaseen. Elä lapsesi kanssa tässä hetkessä ja osallistu yhteiseen arkeen. Lapsuus on lyhyt, nauti siitä.

SOSIAALI- JA TERVEYSMINISTERIÖ

[WWW.KELA.FI](http://WWW.KELA.FI)



# PAPPA 7 VECKOR HEMMA!

DEN BÄSTA NYHETEN FÖR DITT BARN.  
TA VARA PÅ DIN PAPPALEDIGHET.

Du som är pappa, berätta årets bästa nyhet för din familj: att du tänker ta ut din faderskapsledighet.  
Lev med ditt barn i den gemensamma vardagen nu. Barndomen går inte i repris.

SOCIAL- OCH HÄLSOVÄRDSMINISTERIET

[WWW.KELI.FI](http://WWW.KELI.FI)



*Styrgruppen ville få papporna och mammorna att diskutera faderskapsledigheten. Affischerna och annonserna "Pappa 7 veckor hemma!" väckte både förtjustning och förvåning: diskussionen kom i gång.*

# K Ä Y T Ä i s y s v a p a a s i !



Isyysvapaa pitenee  
12 arkipäivällä,  
jos isä pitää vähintään  
12 viimeistä arkipäivää  
vanhempainvapaasta.  
Uudistus tulee voimaan  
vuoden 2003 alussa.

Isyysvapaan pidennykseen  
ovat oikeutettuja ne,  
joiden vanhempainrahakausi  
päättyy lain tultua voimaan.  
Lisätietoja Kelasta sekä  
osoitteesta [www.stm.fi](http://www.stm.fi).



SOSIAALI- JA TERVEYSMINISTERIÖ

# ANVÄND din pappaledighet!



Faderskapsledigheten  
förlängs med  
12 vardagar om pappan  
håller minst de  
12 sista vardagarna  
av föräldraledigheten.  
Ändringen träder i kraft  
i början av år 2003.

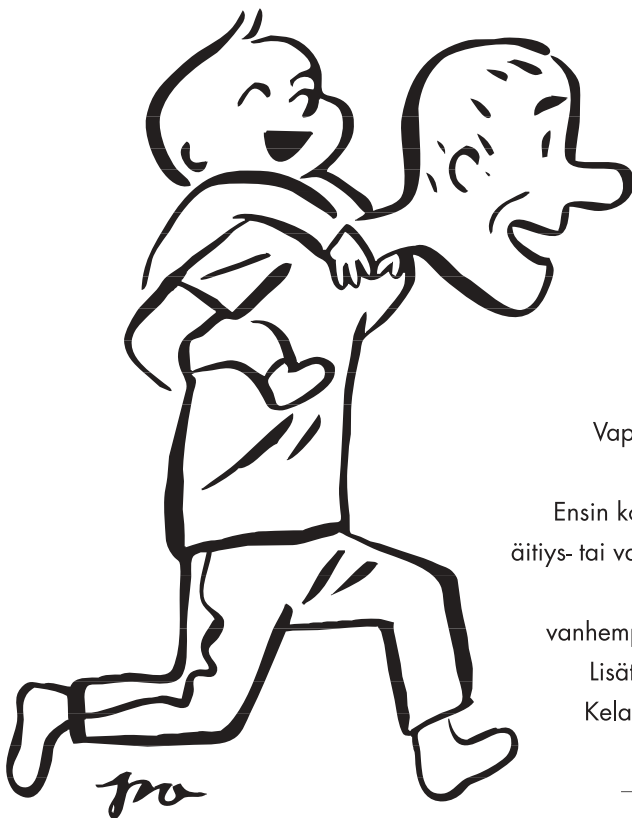
Rätt till den förlängda  
faderskapsledigheten  
har de pappor vars  
föräldrapenningperiod  
tar slut efter att lagen trätt i kraft.  
Tilläggsinformation från FPA och  
på adressen [www.stm.fi](http://www.stm.fi).



SOCIAL- OCH HÄLSOVÅRDSMINISTERIET

# K Ä Y T Ä

## isyy svapaasi!



Isyy svapaa antaa sinulle  
mahdollisuuden jäädä  
kotiin hoitamaan lastasi.

Vapaata voit pitää yhteensä  
esimerkiksi 7 viikkoa.

Ensin kolme viikkoa milloin vain  
äitiys- tai vanhempainrahakaudella,  
sitten kuukauden ajan  
vanhempainrahakauden lopulla.

Lisätietoja uudistuksesta saat  
Kelasta ja internet-osoitteesta  
[www.stm.fi](http://www.stm.fi) → Hankkeet  
→ Perhevapaakampanja.



SOSIAALI- JA TERVEYSMINISTERIÖ

**Testaa itsesi!**

**HARJOITTELE VAIPANVAIHTOA TESTIRADALLA.  
Isyy svapaat esillä STM:n messuosastolla (os. 32).**

## 2.3 Lehtiartikkelit

Kampanjan puitteissa muutamat lehdet julkaisivat sellaisten isien haastatteluja, jotka olivat käyttäneet perhevapaita tai hoitaneet lastaan kotona. Suomen Yrittäjät 6/2002 ja Erto 6/2002 -lehdissä ilmestyi juttu vanhempainvapaalla olleesta Ferhat Kayasta. Kaks Plus -lehden numerossa 11/2002 oli juttu hoitovapaalla olevasta Olavi Sydänmaanlakasta.

## 2.4 Internet

Sosiaali- ja terveysministeriön Internet-sivuille perustettiin perhevapaista tiedottamisen kampanjalle omat sivut, jonne koottiin kampanjan tuottamaa suomen- ja ruotsinkielistä aineistoa sekä hyödyllistä tietoa ja linkkejä perhevapaasiin liittyen. Suomenkielisten sivujen osoite on [www.stm.fi](http://www.stm.fi) > *Hankkeet* > *Perhevapaakampanja* ja ruotsinkielisten [www.stm.fi](http://www.stm.fi) > *Svenska* .

## 2.5 Julisteet

Kampanjan aikana sosiaali- ja terveysministeriö teetti kaksi julistetta. Toinen oli iltapäivälehden lööppiä muistuttava juliste, jossa oli mustalla pohjalla keltainen teksti *"Isä 7 viikkoa kotona!"*. Suomenkielistä julistetta painettiin 10 000 kpl. Ruotsinkielisen julisteen teksti oli *"Pappa 7 veckor hemma"*. Toinen juliste painettiin yhdestä Isäkäs-sarjakuvastripistä. Suomenkielistä julistetta painettiin 2 000 kappaletta ja ruotsinkielistä 200. Julisteita on postitettiin neuvoloihin ja jaettiin messuilla ym. tapahtumissa.



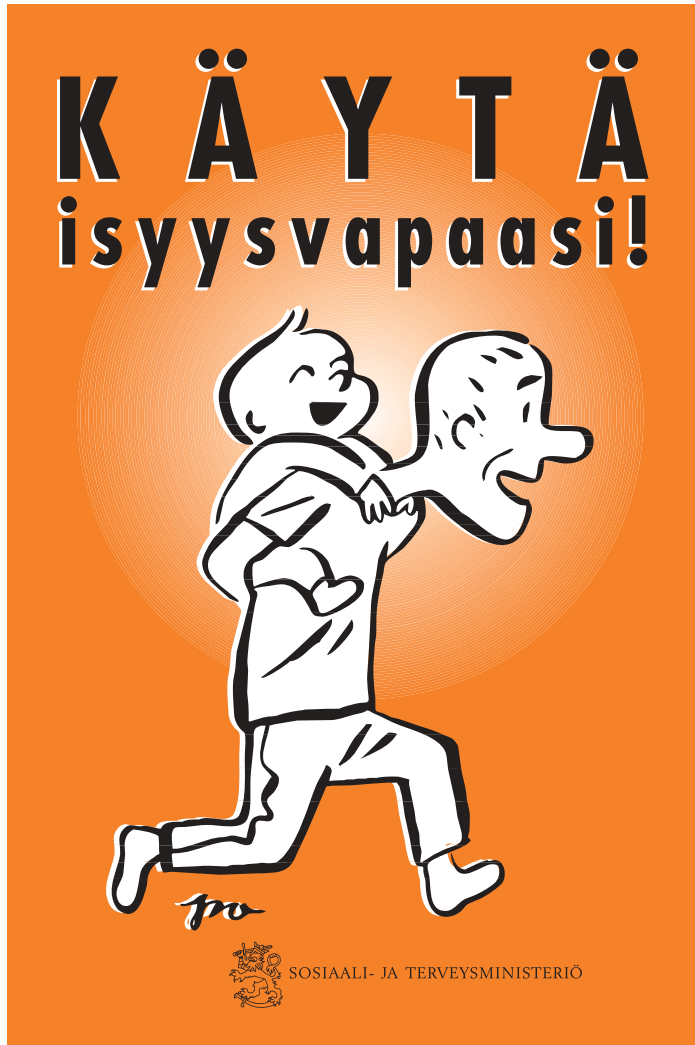


SOSIAALI- JA TERVEYSMINISTERIÖ



## 2.6 Ulkomainonta

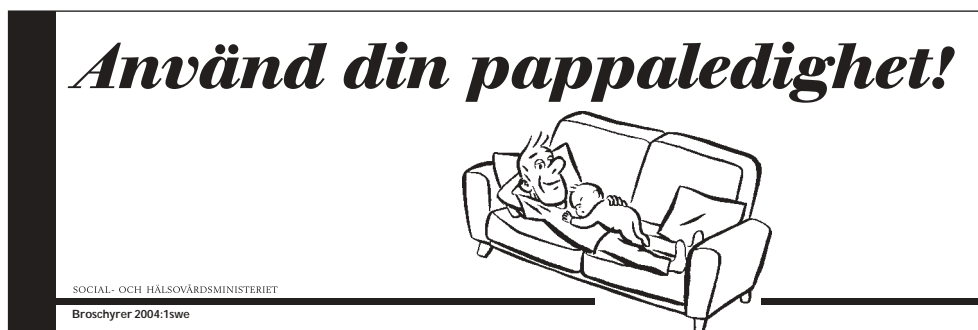
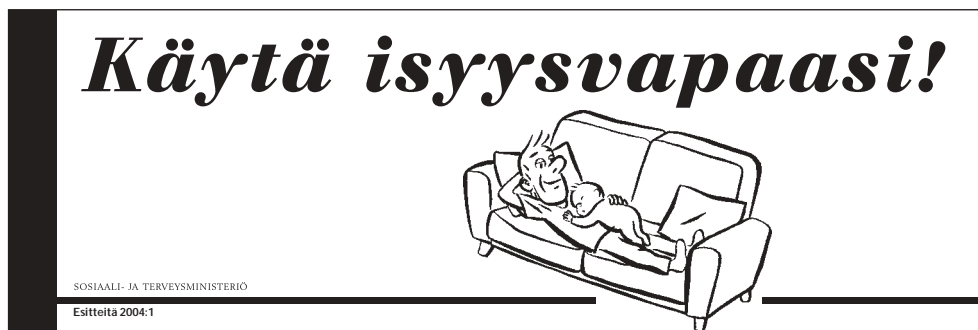
Tampereella kokeiltiin ulkomainonnan tehoa ja yhteensä 500 isäkäs-julistetta oli 250 tolpassa kaksipuolisena ympäri kaupunkia. Oranssi Isäkäs-juliste näkyi katutolpissa Tampereella 17.3. – 6.4. 2003. Julisteet näkyivät katukuvassa hyvin ja työyhteisöistä saatu palaute oli yksinomaan myönteistä. Ulkomainonta maksoi 4 319 euroa.



*Ulkomainonnan tehoa kokeiltiin Tampereella maaliskuussa 2003.*

## 2.7 Sarjakuvaesite

Kampanja toteutti Pentti Otsamon sarjakuviin perustuvan esitteen *"Käytä isyysvapaasi!"* / *"Använd din pappaledighet!"* Esitettä varten Otsamolta tilattiin viisi uutta sarjakuvastriippiä. Myös esitteen muu kuvitus on Otsamon käsialaa. Esite kertoo mahdollisimman yleistajuisesti perhevapaista isän ja lapsen näkökulmasta. Sarjakuvien ja tavanomaisesta poikkeavan ulkoasun on toivottu houkuttelevan lukijoita. Neuvolat saivat tilata esitettä maksutta jaettavaksi kaikille tuleville isille. Esitteen suomenkielinen painos oli satatuhatta ja ruotsinkielinen neljätuhatta. Esitteen tilaukset ylittivät ennakko-odotukset. Esitteen painatuksen kokonaiskustannukset olivat 20 285 euroa, lisäksi tulevat vielä jakelukustannukset.



## 2.8 Kangaskassi

Messuilla ym. tapahtumissa ja sidosryhmille jaettavaksi teetettiin 5 000 kangaskassia, joihin painettiin Isäkäs-hahmo sekä teksti *"Käytä isyysvapaasi!"* Kassista tuli suosittu ja haluttu. Tavoitteena oli, että kassi kulkisi kauppamatkoilla ja työmatkoilla ympäri Suomea parin vuoden ajan ja kannustaisi samalla pitämään isyysvapaata. Kasseja tilattiin kaikkiaan 5 000 ja niitä jaettiin messuilla ja seminaareissa. Kassien kokonaiskustannukset olivat 8 866 euroa.



## 2.9 TV-tietoisku

Isäkäs-sarjakuvan pohjalta teetettiin piirrosanimaatio, jota Yle TV 1 esitti tietoisikuna 13. – 31. 5. 2003. Esityskertoja oli 16, joista prime timessä 8 kertaa. Kokonaiskustannukset olivat 7 469 euroa.

## 2.10 CD-ROM -tietopaketti

TV-tietoisku, sarjakuvaesite sekä Johanna Lammi-Taskulan luento aiheesta *"Työn ja perheen yhteensovittaminen yhteiskuntapolitiikan haasteena"* koottiin yhteen tietopaketiksi, jota Puolustusvoimat tilasi CD-ROM-muodossa omaan käyttöönsä.

## 2.11 Lehdistö- ym. tilaisuudet

Kampanja järjesti taustatilaisuuden järjestö- ja ammattilehdille 4.11.2002. Tilaisuudessa julkistettiin Isäkäs-sarjakuvat, joiden piirtäjä Pentti Otsamo oli myös paikalla kertomassa stripeistä ja niiden piirtämisprosessista. Taustatilaisuuteen osallistui kahdeksan toimittajaa.

Lapsiperhe 2002 -messujen yhteydessä 9.11.2002 järjestettiin tiedotustilaisuus Tampereella yhdessä Tampereen yliopiston Työelämän tutkimuslaitoksen ja Kelan Tampereen toimiston kanssa. Tutkija Katri Otonkorpi-Lehtoranta kertoi *Perheystävälliset käytännöt työelämässä* -tutkimushankkeesta. Kelan puheenvuoron piti vakuutuspiirin johtaja Anneli Taina. Radio 957 Tampereelta oli paikalla.

Vuoden 2003 alusta voimaan tulleista perhevapaita koskevista lakimuutoksista järjestettiin 10.12.2002 STM:n ja Kelan yhteinen tiedotustilaisuus. Toimittajia oli paikalla noin 20. Asia sai runsaasti huomiota tiedotusvälineissä. Suvi Onnista haastateltiin radiossa ja Lauri Pelkosta televisiossa Nelosen uutisissa.

Projektitiedottaja esitteli kampanjaa Japanin suurlähetystön ja tasa-arvoasiain neuvottelukunnan järjestämässä tasa-arvoseminaarissa Helsingin yliopistossa 17.2.2003 ja puolustusvoimien sosiaalisektorin neuvottelupäivillä Mikkelissä 22.4.2003 sekä työntekijäkeskusjärjestöjen (STTK, SAK, Akava) tilaisuuksissa kevään aikana. Myös Johanna Lammi-Taskula luennoi tasa-arvoseminaarissa ja puolustusvoimien tilaisuudessa.

Kampanjan tavoitteena oli muuttaa asenteita myönteisemmiksi isien perhevapaita kohtaan, jakaa tietoa perhevapaista ja erityisesti isien perhevapaamahdollisuuksista sekä kannustaa perhevapaiden nykyistä tasapuolisempaan jakamiseen vanhempien kesken. Tiedotustilaisuuksien ja lehdistötiedotteiden avulla tietoa saatiinkin päivä-, aikakausi- ja järjestölehtiin. Myös tv-uutiset ja paikallisradiot tekivät omia juttujaan. Esimerkiksi perhevapaita koskevat muutokset saatiin hyvin läpi mediassa. Kampanja herätti huomiota myös maamme rajojen ulkopuolella: ranskalainen L'Humanité -lehti kirjoitti Suomen perhevapaakampanjasta ja julkaisi myös Isäks-stripin huhtikuussa 2003.

Kampanja osallistui neljään messutapahtumaan, joissa saatiin suora kontakti tuhansiin kohderyhmään kuuluviin suurimmissa kaupungeissa. Neuvoloiden kautta puolestaan on mahdollisuus tavoittaa kaikki lasta odottavat perheet, joille neuvolat jakavat *Käytä isyysvapaasi!* -esitteen. Neuvoloiden toivotaan myös motivoivan isiä perhevapaiden käyttöön.

Työmarkkinajärjestöjen ja järjestölehtien kautta perhevapaa-asialle on mahdollista saada näkyvyyttä työpaikoilla. Haasteena on saada viesti kulkeutumaan keskusjärjestöjen tasolta työpaikoille. Tärkeää olisi myös saada työnantajapuoli paremmin mukaan.

## 2.12 Messut

Messutapahtumissa perhevapaakampanja kiinnosti perheen perustamisvaiheessa tai jo pienten lasten vanhempia. Tietoa sekä keskustelumahdollisuutta asiantuntijan kanssa haettiin niin omakohtaisen elämäntilanteen mahdollistavista erilaisista vaihtoehdoista kuin laajemminkin yhteiskunnan perhepolitiikan merkityksestä lasten hankkimiseksi ja kasvattamiseksi. Keskusteluissa kävi selkeästi ilmi, että vanhemmuuteen liittyvä sosiaaliturvajärjestelmä on melko sekava ja vaikeasti omaksuttavissa. Samoin ilmeni, että tuleva äitiys ja isyys sekä niihin liittyvät oikeudet ja velvoitteet eivät aina saa osakseen laajaa ymmärrystä sen paremmin työnantajilta kuin työtovereiltakaan. Paikalla käyneet isät tai isiksi valmistautuvat miehet toivoivat nykyistä aktiivisempaa viranomaistoimintaa isyyttä vahvistavan yhteiskunnallisen asennemuutoksen aikaansaamiseksi.

Lapsiperhemessuilla Tampereen Pirkka-hallissa Perhevapaa-kampanjan ja Kelan osastot olivat vierekkäin. Ratkaisu osoittautui hyvinkin onnistuneeksi, sillä useimmilla kävijöillä oli runsaasti kysymyksiä, joihin he saivat vastauksia myös Kelasta. Kelan osastolla ollut äitiysavustuspakkaus oli messujen kesto-

sikki. Sen äärellä jotkut suunnittelivat uutta perheen lisäystä ja toiset taas muistelivat vuosien takaisia äitiysavustuspakkauksiaan.

Messutapahtuman yhteydessä järjestettiin tiedotustilaisuus yhdessä Kelan Tampereen toimiston kanssa.

Tampereella järjestettiin myös kilpailu, jossa äitiysavustuspakkaukselle etsittiin uutta nimeä. Vastauksia tuli kaikkiaan 530, joista 103 ehdotti uutta nimeä pakkaukselle. Toisin sanoen yli 400 vastaa piti nykyistä nimeä ”äitiysavustuspakkaus” hyvänä. Nimiehdotuksia olivat mm. perhepakkaus (24 kpl), vauvapakkaus (18 kpl), vanhempainpakkaus (6 kpl) ja starttipakkaus (5 kpl).

Lisäksi kysyttiin, mikä olisi sopiva isyysvapaan pituus. Vastanneista 18 sanoi ”alle kolme viikkoa”, 308 vastasi ”3-7 viikkoa” ja 163 vastasi yli 7 viikkoa. Kolmas kysymys oli ”onko perhevapaista riittävästi tietoa”. Vastaajista 352 katsoi, että tietoa oli riittävästi saatavilla ja 142 katsoi, ettei tietoa ollut riittävästi saatavilla.

Ohjausryhmän jäsenistä messuille osallistuivat Martti Lähteinen, Lauri Pelkonen, Kari Ilmonen ja Tarja Summa. Useimmat miehet halusivat pohtia isyysvapaan pitämistä toisen miehen kanssa. Keskusteluissa tuli esille moni erilaisia kysymyksiä: onko minulla oikeus pitää isyysvapaata, miten sovin asiasta työnantajan kanssa, miten teen hakemuksen, koska se tulisi tehdä jne. Projektitiedottaja Reetta Aho vastasi messujärjestelyistä.

Kampanja oli mukana seuraavissa messutapahtumissa: Lapsiperhe 2002 -messut 9.–10.11.2002 Tampereella, Miesten 2003 -messut 8. – 9.2.2003 Turussa, Lapsi 2003 -messut 25. – 27.4.2003 Helsingissä, TerveSos 2003 -messut 20. – 22.5.2003 Lahdessa, Lapsi 2000 ry:n järjestämä isätapahtuma Tampere-talossa 1.6.2003. Kampanjaa esiteltiin myös Neuvolapäivillä Kuopiossa loka-kuussa.



## **Perhepolitiikkaa tarvitaan elämän arkeen**

Perhepolitiikasta puhutaan paljon kaunista, mutta samalla ollaan kaukana elämän arjesta. Me elämme kovassa maailmassa, jossa vanhemmilla on paineita. Ystävät, työyhteisö ja markkinavoimat asettavat meille ihanteita, jotka ovat kaukana elämän arjesta. Samalla tahdomme hoitaa perheen ihmissuhteita ja elää ja kasvaa yhdessä lastemme kanssa. Pitäisi olla hyvä töissä ja olla yhdessä lasten kanssa. Tämä on lapsiperheille kova haaste, sanoi sosiaali- ja terveystieteiden ministeriön kansliapäällikkö Markku Lehto Lapsi 2003 messujen avajaisissa Helsingissä perjantaina 25. huhtikuuta.

Perhepolitiikan pitäisi löytää kieli, joka asettuu elämän arkeen ja jättää pelkät fraasit taakseen. Tähän tarvitaan syvällistä muutosta läpi koko yhteiskunnan. Suomalainen yhteiskunta tarjoaa lapsiperheille erinomaisia tukimuotoja. Mutta tuki ja apu on pilkottu monen hallinnonalan ja viranomaisen kesken. Joka-päiväinen pallottelu olisi syytä saada loppumaan. Lasten ja perheiden kanssa työskentelevien yhteinen kieli ja toimintatavat tarvitsevat muutosta, jotta perhe saa oikeaa apua oikeaan aikaan.

Eurooppalaisittain verrattuna lapsiperheiden tuki on Suomessa keskitasoa ja perhepolitiikka hoidettu hyvin muihin maihin verrattuna. Meillä on kattava neuvolaverkosto, päivähoito ja kotihoidon tuki. Samalla on tuettu miesten ja naisten tasa-arvoa. Kummallakin vanhemmalla on mahdollisuus osallistua työelämään ja kasvaa yhdessä lastensa kanssa. Suurin osa lasten vanhemmista selviää hyvin päivästä toiseen.

Haaste on siinä, miten me onnistuisimme rakentamaan uutta kulttuuria ja perhemyönteistä ilmapiiriä. Käytännön ratkaisut jokainen ihminen ja perhe keksii sitten itse. Uudessa hallitusohjelmassa haetaan aidosti linjauksia, jotka parantavat lapsiperheiden asemaa ja tukevat lasten, nuorten ja perheiden kanssa työskentelevien ammattitaidon ja yhteistyökykyjen kehittämistä. Lapsiperheiden hyvinvoinnin edistäminen on yksi asiakokonaisuus, kun sosiaali- ja terveystieteiden ministeriö toteuttaa hallitusohjelman tavoitteita.

## 2.13 Seminaari

Yhdessä Stakesin kanssa järjestettiin työ ja perhe -aiheinen iltapäiväseminaari Stakesin tiloissa 14.5. 2003. Seminaarin puheenjohtajana toimi Martti Lähteinen.

Peruspalveluministeri Liisa Hyssälä puhui aiheesta *"Hallitusohjelman perhepoliittiset tavoitteet"*. Projektipäällikkö Minna Salmen (Stakes) aiheena oli *"Työ ja perhe-elämän yhteensovittaminen haasteena työpaikoilla ja omassa elämässä – yksilön yhteiskunnan ja/vai työyhteisön asia?"*. Tutkija Riikka Kivimäki Tampereen yliopiston Työelämän tutkimuskeskuksesta kertoi *"Perheystävälliset käytännöt työelämässä"* -tutkimushankkeesta. Erikoistutkija Johanna Lammi-Taskula Stakesista puhui aiheesta *"Isät vanhempainvapaalla – ketkä ja miksi"*. Professori Juha Siltalan (Helsingin yliopisto) aiheena oli *"Suojelevien kehien katoaminen vanhemmilta työelämässä ja lapsilta perheessä"*.

Työ ja perhe -aihetta käsiteltiin myös seminaariin kuuluneessa paneelikeskustelussa, jonka puheenjohtajana oli Martti Lähteinen. Keskustelijoina olivat oikeusministeri Johannes Koskinen, toimitusjohtaja Helena Hiila Väestöliitosta, puheenjohtaja Mikko Mäenpää STTK:sta sekä johtaja Eeva-Liisa Inkeroinen Palvelutyönantajista.

Seminaariin osallistui työmarkkinajärjestöjen edustajia, lapsi- ja perhejärjestöjen edustajia, järjestölehtien edustajia ja muiden sidosryhmien edustajia, kaikkiaan 57 osanottajaa.

Juha Siltalan puheenvuoro julkaistiin lyhennettynä Socius-lehden numerossa 3/2003 Näkökulma-palstalla. (Tämä professori Siltalan lyhennetty puheenvuoro on sivuilla 33–35.) Johanna Lammi-Taskulan puheenvuoron perusteella kirjoitti Toimihenkilöunionin Pro-lehti numerossaan 6/2003 isien perhevaipaista.





## **Tehoton aika lasten kanssa poikii tuottavia keksintöjä**

Kansallisen innovaatiojärjestelmän ja sisältötuotannon nimissä meidän kaikkien pitää olla huolissamme tuottavan työn käsitteestä. Tuottava työ tältä kanalta on sitä, että lapsen kanssa leperrellään ja ollaan tuottamattomasti. Feministiliikkeen tavoite tehdä näkyväksi naisten kotona tekemä näkymätön työ tekemällä siitä palkkatyötä ei ole muuttanut töiden hierarkiaa.

Lasten kanssa vaikkapa päiväkodissa tehtävä työ on edelleen jotakin toissijaista, siinä on sukupuolileimansa. Vaikka kyse olisi palkkatyöstä, niin palkassa on viesti siitä, että työ on jotakin toissijaista, täydentävää työtä, jota ei katsota ensisijassa tuottavaksi ja luovaksi. Kuitenkin jos ajatellaan kansallista innovaatiojärjestelmää tai muita vastaavia nykyajan inhotuksia, voidaan argumentoida, että tehoton aika lapsen kanssa poikii tuottavia keksintöjä.

Asianmukaisen palautteen antaminen lapsen aloitteesta, jokeltelu lapselle, joka ei vielä osaa puhua, tällainen samaan rytmiin meneminen, muuttaa lapsen olotilan käsiteltäväksi mielikuvaksi ja vähitellen kielikuvaksi. Tällaisen sekundäärirepresentaation käyttöön antaminen on sitä parasta esiopetusvalmiutta, parasta mitä vanhemmat voivat lapselleen antaa.

Monet oppimisesteet eivät ole niinkään kognitiivisia ja vielä vähemmän ne johtuvat siitä, etteikö ärsykeitä ja valokaapelia olisi ihan riittämiin. Ravinto voi riittää, koulutus- ja viriketarjonta on riittävää, mutta jakamiskokemusta ei ole. Olotilan jakaminen, kokemus tulla ymmärretyksi, on se paratiisi, jota ihminen tavoittelee. Jos vanhemmat ovat jatkuvasti väsyneitä tai he ovat hengesään koko ajan kiinni töissä, he reagoivat lapseen tällaisesta omasta riittämättömyydentunteestaan ja hermostuneisuudestaan käsin eikä lapsi saa asianmukaista sekundäärirepresentaatiota. Tällöin lapsi saa sisäänsä ”alienin”, muukalaisen, ja se muukalainen on ihan yhtä kamala kuin Alien-elokuvan limanuljaska, joka hyppää kalloon kaivertamaan sitä. Se on kuin vieras ohjelma, joka viruksena sotkee ohjelmoinnin. Lapsi saa peilikuvakseen vanhemman hädän.

### **LAPSET HOIVAAMASSA LAPSEKKAITA VANHEMPIAAN**

Vanhemman tehtävä on olla sellainen säiliö, joka ottaa vastaan lapsen hädän – muumimamma, joka sanoo, ettei hätä ole tämän näköinen, vaikka siellä pyrstötähti mennä vilahti, maailma on vielä paikallaan. Nykyään kuitenkin ollaan

usein tilanteessa, jossa lapset tai teini-ikäiset hoivaavatkin lapsen tai teini-ikäisen tasolle jääneitä vanhempiaan, lieventävät heidän hätäänsä. Lapsi saatetaan tehdä omaksi lohdukkeeksi, nukeksi, jolla aikansa leikitään ja sitten paetaan-kin arkipäiväistä vastuuta työelämän hypeen.

Itse asiassa se tuottavin ja järkevin työ olisikin siis arkista läsnäoloa, sitä että joku ottaa vastaan lapsen hankaluudet, aggressiotkin, sen arkisen kitkan. Nykyään ihmiset eivät juuri kohtaa toisiaan hankalissa tilanteissa. Valinnanvapaus perheessä tarkoittaa sitä, että eletään vähän niin kuin sinkkuina, ystävyyssuhteissa. Lasten ja vanhempien välit ovat kuin mitä ihmissuhteita hyvänä, eivät sen erikoisempia. Niissä on kauhun tasapaino: jos sinä et häiritse minun iltamenojani, en minäkään puutu sinun iltamenoihisi. Kyse on vääränlaisesta itsesäätelystä, tasa-arvosta, josta puuttuu raja. Kotitöistäkin pyritään selviämään pienimmän riesan mukaan mitä tulosvastuullisimmin aikataulutettu- na, jotta sitten voitaisiin olla joustavia työn perässä.

## ”TÖISSÄ ON KIVAA, ETHÄN LÄHDE NELJÄLTÄ POIS”

Nykyinen työelämä on saanut tarpeettoman seksikästä väriä. Täällä meillä on kivaa, ja työ sisällöllisesti niin kiinnostavaa ja haastavaa, että ethän sinä malta lähteä neljältä pois. Osin tämä on teeskenneltyä innostusta työtä kohtaan. Palkkatyö on tullut jonkinlaiseksi tiimikohtaiseksi tai kirjanpitoyksikkökohtaiseksi yrittäjyydeksi, mikä on melkoinen valhe, mutta tarjoaa ilmeisesti hätäantyneelle ihmiselle muutoksen keskellä jonkinlaista valheellista yhteisöllisyyttä, pseudopersonalisaatiota. Tämä valhe sortuu viimeistään silloin, kun yritys saneeraa lama-aikana ja osoittautuu juuri siksi, mitä se onkin, eli kapitalistiseksi sopimukseksi tietyistä yhteisistä eduista, jotka pitävät yhdessä vain niin kauan kuin siitä on hyötyä, vailla sen kummempaa lojaalisuutta tai kiintymystä.

Asioista huolehtiva talous on saanut väistyä tehotalouden tieltä. Turhaa väkeä ei makaile missään, ei työpaikalla eikä kotona. Mikään ei saa maata. Työnantajat ovat usein puun ja kuoren välissä silloin, kun niihin kohdistetaan omistajaodotuksia, ja mitä ne muuta silloin voivat kuin vetää avainhenkilökunnan mahdollisimman ohueksi ja ulkoistaa mahdollisimman paljon töitä.

Seurauksena on kaikenlaista tarvittaessa käyttöön tulevaa työvoimaa: on vuokratyötä, alityöllistettyä alihankkijaa, näennäisitsenäistä yrittäjää. Työllä ei välttämättä enää elä, työtehtävistä ei koostu säällistä toimeentuloa. Pääoman arvonlisäysintressi yhtäältä ja toisaalta ihmisen reproduktiointressi, se että ihminen tuottaa työllään elämän itselleen ja perheelleen, törmäävät. Työnantajan säätelyvara siihen on usein heikko.

Kun työelämän perimmäisiä kysymyksiä – liikaa kiirettä – ratkotaan, kyse ei ole pelkästään korvien välin ongelmista, vaan ihan suoraan valtalähdejakau-

masta. Suljetun talouden aikana valtalähde oli työllä lakko-oikeuden muodossa. Silloin pelättiin vallankumousta. Nyt lakko-oikeus on pääomalla. Liian pieni porukka tekee liikaa töitä, ja osa odottaa jännittyneenä ja alityöllistettynä tai putoaa pois työmarkkinoilta.

Tämä perimmäinen kysymys on ratkottavissa vain saattamalla lyhyt raha uudelleensäätelyn piiriin ja yhteiskunnalliseen vastuuseen. Toki asenteissakin on selvää muotoyhtäläisyyttä tähän nopean rahan liikkeeseen, joka ei koskaan voi levätä paikallaan. Pääoman täytyy kasvaa ja pyrkiä enempään, tai se katoaa omistajansa käsistä toisin kuin tavallisen ihmisen käsitys omaisuudesta jonaakin pysyvänä pahanpäivän varana, jonka käyttöarvo ei muutu.

## ON JÄTETTY JÄÄHYVÄISET VAKAALLE AIKUISUUDELLE

Sotasukupolven ihmiset olivat neli-viisikymppisinä jotenkin aikuisempia kuin nykysukupolvi samassa iässä. He olivat vakaampia aikuisia. Toisen maailmansodan jälkeen työmarkkinat olivat sellaiset, että kun töihin tultiin ja vakihomma saatiin, työ löystyi, kun sen oppi paremmin. Siitä ei mitattu tulostehoja ulos, ei saneerattu, ei auditoitu, ei monitoroitu eikä merkitty jokaista kädenliikettä balanced scorecardin sarakkeeseen tai ISO 9000 -standardin mukaiseen seurantakaavioon. Aikuinen autonomia, elämänhallinta parani sitä mukaa, kun ihminen sai työssään kokemusta. Toisaalta sotasukupolvi ei myöskään havitellut kuuta taivaalta. Riitti, että saatiin lämmitetyssä talossa olla eikä tykistökeskitys ollut välittömästi päälle tulossa.

Sukupolvien välinen jatkuvuus on heikentynyt. Meissä nykyisissä aikuisissa voi olla yritystä elää ikuisesti. Seuraa sisarkateutta vanhempien ja lasten välille: vanhemmat ovat salaa vihaisia lapselleen siitä, että tuo mokoma pelkkää avuttomuuttaan on oikeutettu kerjäämään huomiota ja passaamista, kun minä itse asiassa kaipaisin sitä jotakuta kuuntelijaa tai ymmärtäjää, kannattelijaa. Sisarkateusasetelmassa tyydyttämättömät, narsistiset odotukset lyövät vastakkain.

Nykyaikaa leimaa tietty levottomuus, perustyydyttymättömyys. Ihminen ei saa koskaan olla tyytyväinen suorituksiinsa, vaan aina pitäisi yltää parempaan. Toisaalta meillä on valtava kompensaation halu, kaikki tänne mulle heti. Nyt on saatava jokin palkinto, kun ei voi olla varma, tuleeko huomista päivää. Huomenna on jo pahemmin, minut voidaan saneerata. Nyt on mentävä ulos, kun vielä voidaan kutakuinkin tyynellä säällä niin tehdä. Historiallisen perspektiivin kato, menneisyyden ja tulevaisuuden kato ja nykyhetken korostuminen on meillä jotenkin silmiinpistävää. Kiireen kulttuuri näyttäytyy siellä täällä arkipäiväisissä valintatilanteissa, joista lapsen arki rakentuu.

### 3 Lopuksi

Asennemuutoksia on vaikea arvioida, mutta Kelan tilastot kertovat jotain ihmisten todellisista ratkaisuista. Vuonna 2003 isyysvapaan pidennysjakson piti 2 105 isää. Pohjoismaisittain verrattuna se on vähän. Myönteistä kuitenkin on se, että isyysvapaan käyttäjien määrä nousi joka kuukausi vuoden 2003 aikana. Vasta tulevaisuus näyttää, miten isät käyttävät jatkossa oikeuttaan isyysvapaaseen. Isyysvapaan saamalla myönteisellä julkisuudella on vaikutusta yleiseen asenneilmapiiriin. Tiedotuskampanjan vaikutukset isien perhevapaiden käyttämiseen näkyvät vasta tulevaisuudessa. Kampanjalla saatiin hyvä avaus oikeaan suuntaan, mutta jatkotoimenpiteitä tarvitaan vielä tulevina vuosina.

Kun isyysvapaa uudistusta valmisteltiin, arvioitiin, että noin 20 prosenttia isistä käyttäisi mahdollisuutta uusiin isyysrahakauden lisäpäiviin. Todellinen käyttö jää huomattavasti vähemmäksi vuonna 2003. Uutta isyysvapaata käyttivät ennen kaikkea keski- ja hyvätuloiset hieman varttuneemmat isät. Kaupungeissa asuvat isät käyttivät etuutta useammin kuin maaseudulla asuvat.

Vuoden 2003 kokemusten pohjalta voi arvioida, että isyysvapaata koskevaa lainsäädäntöä on tarkoituksenmukaista kehittää nykyistä joustavampaan suuntaan sekä jatkaa keskustelua ja tiedottamista isyysvapaista. Avainasemassa on yhteistyö työmarkkinaosapuolten ja esim. neuvoloiden henkilökunnan kanssa. Suomalaiset isät ja työnantajat tarvitsevat lisää tietoa isyysvapaasta. Se tieto ja opastus, mitä isät saavat Kelan ja äitiysneuvoloiden henkilökunnalta ja työpajoillaan on ratkaisevan tärkeää. Myös lapsen äidin, työtovereiden ja työnantajien myönteinen suhtautuminen isyysvapaaseen edistävät isien todellisia mahdollisuuksia ottaa hoitovastuuta lapsestaan.

Hallitusohjelman painoalueita 2003 – 2007 ovat mm. lapsiperheiden taloudellisen tilanteen turvaaminen sekä työn ja perheen yhteensovittaminen. Hallitus laatii mm. selvityksen lapsiperheiden taloudellisesta tilanteesta ja ottaa siinä huomioon sosiaalietuuksien ja tulojen, palveluiden, maksujen, verojen ja perhevapaiden yhteisvaikutukset. ”Tilaa lapsille ja perheille yhteiskunnassa” on Sosiaalialan kehittämishankkeen erillishanke, jonka tavoitteena on yhteiskunnan perhe- ja lapsimyönteisyyden edistäminen. Tällä hankkeella parannetaan työ- ja perhe-elämän yhteensovittamista ja kannustetaan isiä perhevapaiden pitämiseen. Hankkeella edistetään osittaisen hoitovapaan ja osittaisen hoitorahan käyttöä. Keskeisiä keinoja tässä ovat yhteiskunnallinen keskustelu sekä tiedotusmateriaalin tuottaminen. Tavoitteena on edelleen vaikuttaa asenteisiin, niin että koko yhteiskunta suhtautuisi myönteisesti työ- ja perhe-elämän yhteensovittamiseen ja että erityisesti isät pitäisivät perhevapaata.



## 4 Summary

### Paternity Leave Campaign 2002 – 2003

The aim of the paternity leave campaign was to encourage fathers to assume more responsibility for child care and upbringing and to make use of the rights and possibilities offered to them to increasingly support the growth of their children. The aim was to bring about a change in the attitudes of both the parents of small children and of various organisations, labour market partners, workplace communities and the media.

In Finland, fathers and mothers in families with small children are gainfully employed more commonly than men and women on average. Parents have long working weeks. In particular men are working long days when their children are small.

The paternity leave campaign informed about the amendment to the Health Insurance Act that has entitled fathers to an extended paternity leave since the beginning of 2003. A paternity leave is divided into 18 weekdays to be taken during the maternity and parental leave period and in an extended period of 12 weekdays to be taken in continuation of the parental leave. The condition for eligibility for the extended period is that the father takes the two last weeks of the parental leave. The objective of the campaign was to disseminate information about the extended period of paternity leave (12 weekdays) and to encourage parents to share the parental leaves more equitably.

The purpose of the reform is to improve the opportunities of fathers of small children to care for their small children and to make the use of care leaves more flexible.

In the introductory phase the target group of the campaign was the parents of small children, especially fathers. During the second phase the target group was workplaces and decision-makers.

The campaign had a background group. Its chairman was Mr. Martti Läheteinen, Ministerial Counsellor for Social Affairs at the Ministry of Social

Affairs and Health. The Ministry budgeted EUR 250,000 for the campaign, which was carried out in co-operation between the Ministry of Social Affairs and Health, the Ministry of Labour, the Social Insurance Institution Kela, the National Research and Development Centre for Welfare and Health (STAKES) and the labour market organisations.

## Channels of influence

Different professional magazines, educational events and seminars were important channels in reaching the target groups with the message. Newspaper advertising was also used. Other channels used for disseminating the information were the Internet and the ongoing fairs in Helsinki, Tampere and Turku, mother and baby clinics and child health clinics as well as other organisations.

## Types of action

The Project Information Officer of the campaign, Ms. Reetta Aho wrote articles in which she interviewed fathers caring for their children at home. The articles were published in several magazines, and the theme was also dealt with otherwise in many newspapers.

Twelve black and white comic strips created by Mr. Pentti Otsamo were available for professional and organisation magazines free of charge. They appeared on the homepages of the Ministry of Social Affairs and Health in Finnish and in Swedish. A brochure in Finnish and Swedish based on the comic strips was distributed to the fathers of small children at child health clinics in 2003. "Isäkäs" or "Papsen" ("Daddy") turned out to be a very popular figure and became self-evidently a symbol for the campaign.

During the campaign various advertisements were published in newspapers and magazines, also in Swedish. A poster of the advertisement and another poster of the comic strips were distributed at the fairs and sent to health clinics and workplaces. Material was published on the homepages of the Ministry (comic strips, brochures and how to subscribe to these). An information spot on TV was launched in summer 2003. The Finnish Defence Staff used the same information spot in the training of conscripts.

Those responsible for child health clinic services in the municipalities were informed of the campaign and asked to support it.

By the end of 2003, 2,105 fathers had taken advantage of the extended period of paternity leave. Finnish fathers use their right to paternity leaves less often than their peers in the other Nordic countries. The right to paternity

leave made possible by the law amendment has been used mainly by fathers with middle and high incomes and of a more mature age. The most tangible impact of the information campaign is that the attitudes are now more favourable to paternity leaves, which will hopefully increase fathers' willingness to take advantage of their right to the paternity and parental leaves. The information campaign contributed to a step in the right direction but further measures are needed in the years to come.

**Key words:** paternity leave, parental leave, Health Insurance Act.

*Ministry of Social Affairs and Health, Käytä isyysvapaasi! (Take advantage of your right to a paternity leave!) Helsinki 2003, 40 pages. (Reports of the Ministry of Social Affairs and Health ISSN 1236-2115, 2003: 16, ISBN 952-00-1380-6*

## SOSIAALI- JA TERVEYSMINISTERIÖN SELVITYKSIÄ

ISSN 1236-2115

- 2003: 1 Kirsi Alila. Laadun kehittäminen ja ohjaustoiminta varhaiskasvatuksessa.  
ISBN 952-00-1273-7
- 2 läikkään väestön terveyden ja toimintakyvyn ylläpitäminen ja edistäminen.  
Toim. Anne Hietanen, Tiina-Mari Lyyra.  
ISBN 952-00-1276-1
- 3 Anette Malinen. Karttoitus alkoholikorvikkeiden käytöstä Suomessa vuonna 2002.  
ISBN 952-00-1313-X
- 4 Tapaturmatilanne 2002. Koti- ja vapaa-ajan tapaturmat ja niiden torjuntatyö.  
ISBN 952-00-1314-8
- 5 Kannustavan sosiaaliturvan haaste. Toim. Pentti Kananen, Ulla Salonen-Soulié.  
ISBN 952-00-1316-4
- 6 Eeva Kangasniemi. Rakkaudella yli rajojen? Lumeavioliitot.  
ISBN 952-00-1320-2
- 7 Riittakerttu Kaltiala-Heino. Alaikäisten tahdosta riippumaton hoito.  
Mitä mielenterveyslain käsite vakava mielenterveyden häiriö alaikäisillä tarkoittaa?  
ISBN 952-00-1346-6
- 8 Marja Vaarama, Päivi Voutilainen, Milla Manninen. Omaishoidon tuki sosiaalipalveluna.  
Selvitys omaishoidon tuesta ja sen vaihtelusta 1994–2002.  
ISBN 952-00-1351-2
- 9 Outi Zacheus. Suurten yleisten uimarantojen valvonta ja veden laatu vuosina 1997–2002.  
ISBN 952-00-1379-2
- 10 Jukka Kumpuvuori, Marika Högbacka. Vammaisten henkilöiden ihmisoikeudet Suomessa.  
ISBN 952-00-1357-1
- 11 Lapsi, perhe ja palvelunohjaus. Pitkäaikaissairaiden ja vammaisten lasten ja nuorten sekä heidän perheidensä palvelunohjauskokeilu 2001–2003. Toim. Erja Pietiläinen.  
ISBN 952-00-1397-0
- 12 Sari Pikkala. Tasa-arvotietoa kunnalliseen päätöksentekoon. Indikaattorihankkeen taustaraportti.  
ISBN 952-00-1418-7
- 13 Kari Pylkkänen. Hoitotakuu nuorisopsykiatriassa. NUOTTA-projektin loppuraportti 2003.  
ISBN 952-00-1420-9
- 14 Into Hyötylä. VIRVE-järjestelmän käyttö ympäristöterveydenhuollossa.  
ISBN 952-00-1429-2
- 15 Eero Lahtinen, Pirjo Koskinen-Ollonqvist, Päivi Rouvinen-Wilenius, Päivi Tuominen.  
Muutos ja mahdollisuus. Terveiden edistämisen tutkimuksen arviointi.  
ISBN 952-00-1358-X
- 16 Käytä isyysvapaasi! Isyysvapaakampanja 2002–2003.  
ISBN 952-00-1380-6